GERBANG PROYEK SATU

Parodi Pasaraya

Kelompok "Seni Rupa Baru" bangkit lagi dengan "Pasaraya Dunia Fantasi". Karya situasi. Pasar yang tak menjual, iklannya yang tidak menggoda. Pendidikan konsumsi?

KELOMPOK Gerakan Seni Rupa Baru terbentuk pada 1975. Sesudah pameran tahun 1975, 1977, dan 1979, tiba-tiba membubarkan diri. Pertengahan Juni ini muncul lagi mengetengahkan "Pasaraya Dunia Fantasi", di Ruang Pameran Utama Taman Ismail Marzuki, 15–30 Juni.

Di depan gedung terpampang gambar seorang perempuan sedang membuka pakaian setinggi sembilan meter. Di situ ada tulisan: "Sabar Dong". Gambar itu salinan raksasa salah satu stiker laris di Jakarta. Serambi dihiasi bendera-bendera kecil bertuliskan "Grand Sale Murah, Mutu Mode", pengumuman "Obrol Besar" (hati-hati, jangan dibaca "obral").

Menghadang pintu masuk, manekin molek memamerkan busana desain perancang Keyko Audrine. Sesudah "etalasi" ini Anda menemukan macam-macam: sampul majalah, mobil penuh stiker, iklan, baju kaus bergambar, komik, kalender, kaleng minuman, kios buku dan majalah.

MOBIL BERSTIKER DI RUANG PAMER

Di satu sudut, sebuah videoskop memproyeksikan ke layar sebuah kolasi bermacam karya rupaan. Yang disorot: *billboard* hingga kaus bergambar dan perhiasan plastik, dalam *setting* kehidupan kota besar. Untuk melengkapi, ada boneka-boneka dari kain dan kapuk, berperan sebagai pelayan dan pembeli, di sana-sini terkapar entah sebagai apa.

Anda melihat barang sehari-hari.. Hanya sekarang, di ruang pameran, salinan disertai pembesaran atau pengubahan di sana-sini kita saksikan sebagai cara untuk membangkitkan perhatian.

"Pasaraya Dunia Fantasi" tampaknya hendak menarik perhatian kita kepada barang rupaan sehari-hari yang biasanya hanya mendapat pandangan selintas. Terutama barang-barang yang langsung melibat angan-angan atau fantasi penduduk kota: iklan, stiker, sampul majalah, komik, kalender

ALI SAID

SUDUT KAKI LIMA PROYEK SATU

dan sebagainya. Barang-barang ini, biasa dilecehkan oleh kalangan seni rupa, kini diangkat sebagai "karya seni rupa" yang sah. Dan itu semua layak mendapat perhatian dan pengamatan sama besar, seperti yang biasa diberikan kepada lukisan atau patung.

Meski terdapat banyak karya tidak satu pun karya dalam pameran ini membawa nama seorang perupa. Kelompok Seni Rupa Baru, seperti kita pelajari dalam katalog, telah bekerja secara kolektif dalam beberapa tim. Misalnya: tim penelitian, tim penentuan gagasan, tim penerapan hasil penelitian, tim pembuatan karya.

Kelompok itu memaksudkan karya yang disajikannya ialah keseluruhan pameran "Pasaraya Dunia Fantasi" itu. Jadi, bukan tiap-tiap barang satu per satu.

"Pasaraya" ialah hasil kerja perancang grafis (Priyanto, Taufan, Oentarto, Rudi Indonesia), pelukis (Harsono, Gendut Riyanto, Harris Purnama, Siti Adiyati, Dadang Christanto), pematung (Jim Supangkat), fotografer (Fendi Siregar, Wienardi), sineas (Bernice), dan perancang interior (S. Malela).

Berbagai unsur rupa bersama-sama membentuk satu karya – "Pasaraya" itu – yang melingkupi penonton. Penonton berada di dalamnya. Bahkan, mereka ikut sebagai unsurnya.

Kelompok Seni Rupa Baru menamakan karya demikian sebagai "karya situasi". Ini dirumuskan dalam katalog: "sebuah ruang yang mengandung gambaran sebuah situasi". Situasi melibat faktor waktu dalam pengertian estetik. Ini disadari oleh para perancang "Pasaraya", dan jelas pula dicantumkan di katalog.

Dalam pameran ini, "waktu" dimasukkan melalui dua unsur. Pertama, unsur audiovisual (video) dan cerita gambar (komik) sebagai sekuen. Kedua, sebagai pecahan atau bagian berupa penataan ruang: lorong tempat penonton lewat. Karya, membukakan diri bagian demi bagian ketika penonton menelusuri "lorong" ini. Waktu di sini dicerap penonton secara sampingan (marginal, subliminal).

Karya situasi bersifat anekaindriaan (plurisensorial). Namun, tekanan "Pasaraya" terlalu besar kepada penglihatan gambar (dwimatra) dan kurang menampilkan benda trimatra yang dapat "ditangani" penonton. Maka, peran serta penonton kurang. Padahal, situasi bersifat terbuka dan partisipatoris.

ALI SAID

SUASANA PASARAYA PROYEK SATU

Unsur bunyi juga kurang digarap dan dikembangkan. Dan mengapa tak dimasukkan unsur bau – unsur yang dalam pengalaman kita sering terekam dalam kenangan sehubungan dengan tempat?

Unsur lain yang tak tergarap ialah indriaan kulit dan kinestetik yang terlibat dalam pengalaman meraih, memegang, menimang, dan sebagainya – pengalaman yang khas toko serba ada.

"Pasaraya Dunia Fantasi" adalah sebuah "pasaraya" tempat pengunjung hanya melihat-lihat. Mereka tak dapat memegang dan membeli apa pun. Tetapi ini barangkali dapat dianggap sebagai bagian dari maknanya. Kelompok Seni Rupa Baru membuat sebuah pasaraya yang tak menjual apa-apa, kecuali katalog: sebuah pasaraya olok-olok.

Selintas, Anda memang seperti berhadapan dengan iklan benar-benar. Karena kemiripannya dengan iklan yang ada di mana-mana: Lux, Camay, Mortein, dan lain-lain. Tetapi setelah Anda mendekat, segera yang tampak adalah kelainan. Kini Anda membaca: "Blux meralat kulitku begitu lembut . . ." Dan ada potret seorang wanita, amat mirip bintang film Marissa Haque, sedang makan sabun. Atau: "Sentuhan Somay lembut memperkosa".

Lalu, apa kata Anda tentang iklan obat penyemprot dengan tulisan "Morphin membunuh semua tetangga"? Dalam pameran ini Anda juga melihat merk dagang yang diubah dengan kata Indonesia atau daerah, disamarkan dalam ejaan yang aneh, hingga mirip merk asing: perhiasan Cartini Rewels, kasur Duniapillon, atau arloji Assale nDesso (berasal dari desa). Senjata industri (iklan, merk dagang) dibengkokkan sampai konyol dan tak berfungsi.

Anda bahkan dapat meraba makna yang lebih galak dan keras pada boneka yang terkapar di bawah susunan kaleng minuman. Juga beberapa boneka yang bergelimpangan "tertimpa" iklan. Dan satu-satunya kassa dalam "Pasaraya" ini bertuliskan: "KASSA–R".

Cara kerja "obyektif", yang disebutkan dalam katalog sebagai salah satu prinsip dalam perencanaan "Pasaraya", agaknya tak seluruhnya cermat. Memang tidak mudah menerapkan cara kerja "desain" dalam mempersiapkan pameran ini.

Hal ini tampak misalnya, dalam penyinaran. Pada malam pembukaan, "Pasaraya" berada dalam penyinaran yang remang-remang, seperti dalam klub malam, dengan

lampu sorot menerangi kelompok-kelompok barang – penyinaran dramatik yang memecah kesatuan elemen rupa "Pasaraya" yang justru dimaksudkan membangun suasana. Baru keesokan harinya, lampu sorot digabungkan dengan penyinaran umum.

Ketidakpastian dalam penyinaran ini menunjukkan: penerangan tak dirancang dengan baik. Inilah bagian "teknologi canggih" yang sering merepotkan pameran di TIM, sekiranya hendak keluar dari kebiasaan. Catatan kecil lainnya: potensi langit-langit nyaris tak disentuh.

"Pasaraya Dunia Fantasi" telah menyegarkan TIM. Ia memberi tontonan lain dari yang biasa diberikan oleh pameran seni rupa. Para pengunjung awam terlihat menikmatinya, walau bagi kalangan seni rupa karya itu kontroversial.

Sanento Yuliman

Dari Pluralisme Estetik ke Estetika Pluralis

Seni, satu atau banyak? Estetika universalis yang otoriter. Apa isi pesan seni rupa sehari-hari? Macam-macam masyarakat. Macam-macam kebudayaan. Macam-macam seni. Ini dia diskusinya.

KEANEKAAN alias keragaman. Sekeliling inilah pembicaraan para panelis dalam Diskusi Panel Sehari "Seni Rupa Baru dan Kebudayaan Indonesia Modern". Acara ini diselenggarakan harian *Kompas*, 8 Juni lalu, di Bentara Budaya, sehubungan dengan pameran "Pasaraya Dunia Fantasi" (lihat *Parodi . . .*). Perbincangan tentang kebudayaan itu bertolak dari rencana pameran tersebut.

Mula-mula perkumpulan Gerakan Seni Rupa Baru memaparkan rencananya. Dikemukakan, Pasaraya Dunia Fantasi mempunyai tiga sisi. "Pasaraya" mengambil bahannya dari hasil-hasil kebudayaan yang menyertai kehidupan sehari-hari orang banyak di kota. Khususnya "yang mengandung simbol-simbol rupa urban". Ini sisi pertama.

Sisi kedua: proyek itu dilakukan secara berencana. Tahapan dan pembagian tugas: kolektif (kerja tim), dan lain-lain – cara kerja yang, dalam lingkup seni rupa, lazim di bidang desain. Lalu, yang mereka buat bukan lukisan, bukan patung, bukan grafis, melainkan sebuah "karya situasi" (baca resensi). Ini merupakan sisi ketiga.

Dalam konteks seni rupa kita, ketiga sisi itu melibat antielitisme, semangat eksplorasi, dan kehendak diakuinya keanekaan – keragaman seni rupa alias pluralisme estetik. Dan Kelompok itu menunjuk: dalam diskusi kesenian, seminar kebudayaan, bahkan pendidikan, yang menjadi perkara ialah, seni canggih – yang dibuat sekelompok kecil orang dengan semangat spesialis – produk hanya satu-satunya, amat mahal, dan terlalu pelik untuk orang kebanyakan. Dalam seni rupa, macamnya terbatas: lukisan, patung, dan grafis.

Di luar seni canggih, berbagai gejala seni sering kali dianggap "separuh seni", atau malah "bukan seni" sama sekali. Inilah karya rupaan di lingkungan sehari-hari orang banyak dan orang kebanyakan, baik berwujud hasil desain yang diproduksi dalam jumlah besar-besaran maupun hasil kerja tangan di kalangan rakyat jelata.

Arief Budiman melihat, kelompok Gerakan Seni Rupa Baru menggugat hegemoni estetika anutan kelompok tertentu di lapisan atas masyarakat kita. Estetika ini bersifat universalis (Arief memakai sebutan "estetika universal"). Anggapan dasarnya ialah, ada sebuah struktur, atau inti. Atau, nilai pada karya seni yang memiliki kekuatan untuk merangsang manusia yang menghadapinya – mengalami sensasi estetik. Ini berlaku seragam. Di mana pun, dan kapan pun.

Tapi kalau ada orang yang ketika menghadapi karya seni tak mengalami sensasi estetik, yang salah adalah orang itu. Tingkat kepekaannya belum memadai, dan ia harus di-"upgrade". Ditatar.

Dalam mata Arief, kesejajaran antara dasar pikiran kelompok Gerakan Seni Rupa Baru dan estetika yang dianjurkannya, yaitu "estetika kontekstual". Estetika kontekstual, katanya, melihat bahwa pengalaman estetik berhubungan dengan pengalaman bersama manusia dalam satu kelompok masyarakat. Kelompok ini bisa bangsa, suku bangsa, kelompok agama, kelas sosial, kelompok desa, kota, dan sebagainya. Pengalaman estetik kelompok yang satu bisa beda dengan pengalaman estetik kelompok lainnya. Maka, tak hanya ada satu nilai estetik, tapi banyak.

Nilai, yang toh sama dalam sejumlah kelompok, oleh Arief disebut "nilai global". Ini sama sekali bukan nilai universal yang transendental, mengatasi ruang dan waktu, berada di luar proses sejarah. Pengglobalan terjadi justru dalam proses sejarah: persamaan masalah yang dialami kelompok-kelompok sosial dan komunikasi antarkelompok. Komunikasi bisa "alamiah" (Arief hendak mengatakan komunikasi antara sesama). Bisa pula dalam hubungan dominasi, misalnya, melalui penguasaan teknologi komunikasi.

Soetjipto Wirosardjono mengamati seni rupa sehari-hari: yang dinikmati, dibuat, dan digumuli masyarakat luas. Sering produk seni rupa ini diciptakan oleh lapisan (strata) masyarakat yang berbeda tingkat budaya dan wawasannya, dengan masyarakat konsumen yang menikmatinya. Bahkan terdapat produk-produk yang dinikmati oleh orang-orang dalam lapisan-lapisan yang berlainan.

HARSONO

SENI RUPA DI KAKI LIMA

Soetjipto memperlihatkan betapa seni rupa sehari-hari itu bukannya tanpa isi dan pesona. Ia menyidik ada lima tema. Pertama, tema keinginan manusia untuk menemui Tuhannya. Misalnya dalam kaligrafi, berbagai ungkapan Kristus di salib, bermacam kartu ucapan selamat, dan aneka ragam hiasan dinding.

Kedua, tema keasyikan berkaca diri serta upaya memantulkan jatidiri. Yaitu potret diri atau keluarga; wayang tokoh idaman: Bima, Semar, Gatutkaca, dan lain-lain; gambar penyanyi, bintang film, pembalap, dan